

TURISMO COLOMBIANO 2000-2009

ANGELICA MARIA ZULUAGA HERRERA

FUNDACION UNIVERSITARIA
LOS LIBERTADORES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
BOGOTA, D.C.
2010

TURISMO COLOMBIANO 2000-2009

ANGELICA MARIA ZULUAGA HERRERA

DIRECTORA

NOHORA CASTILLO LUGO

Monografía para optar por el título de Tecnóloga en Economía y Comercio
Internacional

FUNDACION UNIVERSITARIA
LOS LIBERTADORES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
BOGOTA, D.C.
2010

Dedico este proyecto,

A Dios, quien siempre me ha escuchado,
en quien todo lo puedo, y me llena de esperanza.
(Salmo 62;6)

A mi esposo Carlos Alberto por su apoyo, sus palabras
y por su inagotable amor,
dándome ánimo para perseverar.

A mi hija Gabrielita, quien siempre me ve
como un ejemplo a seguir,
por preferir estudiar a mi lado, en lugar de jugar,
e interesarse por lo que hago.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION

1. LA OFERTA TURÍSTICA COLOMBIANA
 - 1.1. OFERTA TURÍSTICA
 - 1.2. CLUSTERES DE COMPETITIVIDAD
 - 1.3. OBSTÁCULOS A LA OFERTA
 - 1.3.1. Estrategias de Infraestructura
 - 1.3.2. Programas de Fortalecimiento de Infraestructura
2. SECTOR TURISMO 2000-2009
 - 2.1. REGIONES DE POTENCIALIDAD TURÍSTICA
 - 2.2. CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
3. POLÍTICA COMERCIAL DEL SECTOR TURISMO COMO SECTOR DE CLASE MUNDIAL
 - 3.1. TURISMO DE CLASE MUNDIAL
 - 3.2. POLÍTICA ECONOMICA DE TURISMO
 - 3.3. POLÍTICA DE COMPETITIVIDAD, MERCADEO Y PROMOCION
 - 3.4. POLÍTICAS ESPECIALIZADAS
4. CONCLUSIONES
5. BIBLIOGRAFIA
6. ANEXOS
 - 6.1. ANEXO 1 - PLAN SECTORIAL 2002-2006
 - 6.2. ANEXO 2 - PLAN SECTORIAL 2007-2010
 - 6.3. ANEXO 3 - UN SECTOR DE OPORTUNIDADES 2003 MCIT

INTRODUCCION

El turismo Colombiano, se está posicionando como uno de los sectores más prósperos del país, por esto se han estado implementando una serie de estrategias para lograr clasificar como un sector de clase mundial.

La recuperación de la confianza en cuanto a seguridad y mejor infraestructura vial, está generando un mayor turismo doméstico y receptivo, cada vez los colombianos nos atrevemos a tomar nuestro auto y salir por la calles colombianas, en búsqueda de aventura y paisajes hermosos que nunca habíamos conocido; de acuerdo con la información encontrada en las diferentes paginas turísticas del país, las cuales serán ampliadas en el desarrollo del proyecto; encontramos que por cada cien metros hay un puesto de policía vial, centros de información, y guías de caminos; la imagen de Colombia en el exterior ha permitido un aumento en el turismo receptivo, los extranjeros vienen a nuestra playas, a conocer nuestra cultura y gastronomía y se llevan una muy buena imagen, que seguro refieren con sus familiares y amigos, aumentando nuestras posibilidades de demanda.

En el presente documento, muestro la gran variedad de oferta turística con la que cuenta Colombia su diversidad y biodiversidad, en fauna flora y climas. Como se han identificado los productos turísticos por medio de clústeres, que permiten identificar mejor cada región y su capacidad competitiva, el comportamiento económico del sector , en cuanto a su aporte a la economía, y todos los programas, las estrategias y políticas creadas con el fin de lograr posicionar el turismo Colombiano como sector de clase mundial.

1. LA OFERTA NACIONAL TURÍSTICA

Colombia es una nación moderna, porque busca y mejora su infraestructura, y aprovecha sus recursos naturales y su capital humano, y a la vez es antigua y colonial por su arquitectura, cuenta con una ubicación privilegiada en el continente, reúne en sus regiones diferentes ambientes como; glaciares, playas, llanuras, selvas y desiertos; posee costas tanto en el Océano Pacífico como el Océano Atlántico; cuenta con diferentes climas, alturas, suelos, fauna; posee entre el 14% y 15% de biodiversidad y es el cuarto productor de agua del mundo, cuenta con 9.325.859 hectáreas de Parques Naturales, representado el 9% del territorio nacional y una gran riqueza gastronómica; características que hacen del país una región apta para explorar, descansar, conocer su historia, cultura y tradiciones (MCIT, 2003).

Con toda esta riqueza turística, aún sin explotar eficientemente, el Ministerio de Comercio Industria y Turismo (MCIT), ha encontrado que este sector de servicios es una potencial fuente de ingresos dadas las oportunidades que se pueden desarrollar en él, tales como; una mayor generación de empleo, de divisas, relaciones socio culturales de inversión y promoción.

Los principales productos turísticos de Colombia como marco general son: sol y playa; historia y cultura; agroturismo; ecoturismo; deportes y aventura; ferias y fiestas; y ciudades capitales entre los que se cuenta con compras, salud, congresos, convenciones e incentivos, generando una variada oferta en las diferentes regiones; su participación enmarca de manera más amplia en el punto 1.2. Titulado Clústeres de Competitividad, los cuales fueron escogidos en el Estudio de competitividad del sector turismo.

1.1. OFERTA TURÍSTICA

Esta oferta comienza con la Costa Caribe; con extensas playas libres de la presencia de huracanes, ciudades precolombinas y coloniales, puertos industriales productivos, vida nocturna activa, manifestaciones culturales milenarias, destinos reconocidos para la organización de proyectos y convenciones de talla mundial y la oferta de parques de santuarios naturales que protegen la biodiversidad exótica de la región; el mar de siete colores de San Andrés.

Cartagena se destaca por ser una ciudad colonial y puerto industrial, declarada Patrimonio Histórico de la humanidad por la UNESCO y tiene toda la infraestructura para recibir cruceros.

Santa Marta con su rico patrimonio arqueológico del Parque Tayrona, ideal para la práctica del ecoturismo, ubicado cerca a Santa Marta calificada además como una de las más bellas bahías de América Latina, de aquí surge la Sierra Nevada de Santa Marta, siendo la única montaña con nieve perpetua de Colombia, playas protegidas de increíble belleza como Concha, Chengue, Gayraca, Neguanje, Arrecifes y Cañaveral.

Barranquilla, patrimonio de la humanidad, su principal atractivo son las playas, el ecoturismo, historia y cultura y centros arqueológicos.

En los límites con Panamá, en el Golfo de Urabá, se cuenta con paradisíacos destinos como Capurganá y Sapzurro; entre las poblaciones de Tolú y Coveñas, se encuentra el Golfo de Morrosquillo, con sus ocho islotes que integran el archipiélago de San Bernardo.

Al norte la Guajira, desértica, allí se encuentra la mina de Carbón más grande del mundo, brindando una maravillosa diversidad exótica de las etnias indígenas wayuu, donde se observan los flamencos y el ecosistema típico del desierto, ideal para el ecoturismo y el etnoturismo.

El archipiélago de San Andrés y Providencia, con inmensas barreras coralinas, playas de arena blanca, se practican deportes como la vela y el buceo; todos son testimonio vivo de un pasado indígena; paisajes y lugares que no han sido recorridos por los ojos del mundo, playas, cascadas, senderos y rutas en las que se admiran especies vegetales y animales,

Parques Naturales con miles de ríos, cañadas y bosques, cerros y llanuras ideales para practicar ecoturismo como en la inmensidad de la selva amazónica.

La Costa Pacífica es ideal para el buceo, como en las islas Gorgona, Malpelo y para el avistamiento de ballenas está la Bahía de Nuquí. Y los departamentos de la región de las llanuras colombianas: Arauca, Casanare, Meta y Vichada, para los amantes de los deportes extremos y del turismo de aventura.

La Serranía del Baudó, que conforma la Ensenada de Utría, en donde llegan con sus cantos las ballenas jorobadas en época de apareamiento y para tener sus crías en los meses de julio a octubre.

La pesca deportiva en el Pacífico permite la captura de grandes piezas de barracudas y marlines por la abundancia de peces que trae la corriente Humboldt.

Las playas del sector norte son las de Bahía Solano, El Valle, El Almejal, Playa Larga y Tribuga. Al sur del litoral, entre Buenaventura y Bahía Málaga, se destacan playas de arenas grises como Juanchaco y Ladrilleros.

En el Eje Cafetero, con el café como símbolo de Colombia, en esta fértil región el turista puede disfrutar de la tierra, la cultura y las tranquilas haciendas, ideal para el agroturismo. La variedad de climas y ambientes que ofrece este sector ha permitido la multiplicación de haciendas y fincas cafeteras, que ofrecen alojamiento, piscina, zonas de recreación, cabalgatas por viejos caminos, visitas guiadas a pueblos típicos y sitios de interés como el Parque Museo de la Cultura Cafetera, y el Parque Nacional de la Cultura Agropecuaria. La Cordillera Central de la Región Andina, donde hacen parte los departamentos de Caldas, Risaralda, Quindío y Tolima, se encuentra una variada oferta ecoturística, como el Parque Nacional Natural de los Nevados, con cinco imponentes cumbres de más de 5000 metros sobre el nivel del mar, en los picos del Nevado del Ruiz se practica montañismo y esquí, en sus refugios de alta montaña se encuentran fuentes termales de excelente calidad, ideales para la balneoterapia; entre sus ecosistemas de alto páramo se encuentra la laguna de Otún, donde se practica la pesca y el esquí náutico.

Parques naturales como el Tatamá en Risaralda y Las Orquídeas en el departamento de Antioquia, con ecosistemas de flora y fauna, como el parque Los Yarumos, cerca de la

ciudad de Manizales, el parque Regional de Ucumarí cerca de la ciudad de Pereira, que cuenta con reservas forestales, jardines botánicos y mariposarios.

En la región de los Llanos Orientales los atractivos son innumerables. Se distinguen seis ecosistemas típicos, paisajes naturales; la selva húmeda rica en yacimientos petrolíferos, y grandes extensiones de llanuras que representan el 20% del territorio Colombiano.

La vitalidad de los llaneros y la poesía de su folclor, reflejan la diversidad de la región, quedan ubicados en el departamento del Meta, Vichada, Arauca y Casanare, esta región cuenta con una de las maravillas naturales del país; la Sierra de la Macarena y los Llanos Orientales. El agroturismo, el ecoturismo, las ferias y fiestas, son sus principales productos turísticos; el coleo es uno de sus deportes autóctonos, con aguerridos torneos que tienen lugar en las diferentes poblaciones del territorio.

La Amazonía, rica en parques naturales, es la selva tropical más rica en fauna y flora del planeta, es considerada el pulmón del mundo, es una región húmeda, con caudalosos ríos y caños, el río Amazonas con un ecosistema infinito, en donde el delfín rosado, el manatí, la nutria, la danta, el jaguar, el tití y las guacamayas multicolores, señalan a esta región como una de las más importantes para la humanidad por su biodiversidad.

Su ciudad principal Leticia, con comunidades étnicas y parques exóticos como el Parque Nacional Natural Amacayacu, los lagos de Tarapoto, y poblaciones como San Martín y Puerto Nariño.

En la actualidad en la región se está adelantando un Plan Estratégico de Turismo, para el desarrollo sostenible del ecoturismo, para mejorar la vida de las comunidades nativas y mantener la conservación de los atractivos turísticos.

Por otro lado Los centros urbanos vitales donde los negocios, el comercio, las actividades culturales, la vida nocturna y la cultura juvenil confluyen en la cosmopolita Bogotá que es destino gastronómico, financiero y cultural por excelencia; Medellín centro industrial y de la moda; y las capitales de los departamentos del Valle y Atlántico, Cali y Barranquilla.

En conclusión Colombia cuenta con una gran ventaja comparativa para impulsar el ingreso turístico al país, son muchos los productos turísticos con que cuenta Colombia, gracias a su

vasta diversidad de climas, fauna, flora, etnias, cultura y más. Por tal motivo y en consenso con organizaciones nacionales como el MCIT, las alcaldías Municipales, la Policía Nacional, entre otros, vieron la necesidad de que cada región encontrara las competencias necesarias para el fomento del turismo en Colombia, y partiendo de allí desglosaron una información vital para organizar sus productos y su oferta turística en una serie de clústeres de competitividad.

1.2. CLUSTERES DE COMPETITIVIDAD

En Diciembre de 2002, el Gobierno presentó la “Política turística para una sociedad que construye la paz”, con el fin de mejorar la imagen del país, y hacerlo más atractivo tanto para el turismo doméstico, como el receptivo. En este sentido se evaluaron temas como el fomento, la productividad macro, la eficiencia meso, la productividad micro y la estrategia empresarial.

Como resultado de este se optó por el desarrollo de clústeres como se informo en el documento “Turismo para un nuevo país” Plan sectorial de turismo 2003-2006 del MCIT, a continuación en el Cuadro No. 1 se detalla el número de clústeres por producto y su participación porcentual.

Cuadro No.1

RELACION CLUSTER – PRODUCTO

PRODUCTO	No DE CLUSTERS*	%
Ecoturismo	26	36.12
Cultural (histórico-arqueológico)	12	16.66
Agroturismo – turismo rural	10	13.88
Etnoturismo	10	13.88

Recreativo	5	6.95
Congresos, convenciones y eventos	4	5.56
Negocios	2	2.78
Aventura	1	1.39
Sol y playa	1	1.39
Compras	1	1.39

Se observa que el producto con mayor participación es el Ecoturismo con 26 clústeres y el 36.12% de participación, seguido por Cultura con 12 clústeres y el 16.66% de participación y como tercero y cuarto con datos iguales está el Agroturismo y el Enoturismo con 10 clústeres y 13.88 % de participación, de aquí en adelante empiezan a disminuir en participación los demás productos de turismo como lo son, el turismo recreativo, congresos, negocios, aventura, sol y playa y compras.

Igualmente en el cuadro No. 2 de Clústeres y Productos, se detalla por regiones el tipo de producto que supone el gobierno serán los de mayor competitividad.

Cuadro No.2

CLUSTERS Y PRODUCTOS

CLUSTER	VISIÓN
Amazonas	Eco-etnoturismo
Antioquia	
• Medellín y área metropolitana	Negocios
• Urabá	Ecoturismo
• Norte	Agroturismo
• Occidente	Ecoturismo
• Oriente	Ecoturismo

• Suroeste	Agroturismo
• Bajo Cauca	Turismo de Negocios y convenciones
Arauca	Turismo rural
Atlántico	Negocios – B/quilla Etnocultural, sol y playa, recreativo
Boyacá	Histórico – cultural
Buenaventura	Ecoturismo
Caldas	Ecoturismo, eventos
Cartagena	Sin definir
Cauca	Histórico – cultural --- Popayán Etnoecoturístico
Casanare	Agroturismo
Cesar	Cultural
Cundinamarca	
• Sabana centro, oriente, occidente	Histórico – cultural
• Sumapaz	Agroturismo
• Rionegro	Ecoturismo
• Gualivá	Ecoturismo
• Tequendama	Histórico – arqueológico
• Ubaté	Ecoturismo
• Alto Magdalena	Recreativo
• Guavio y Almeidas	Ecoturismo
• Oriente y Medina	Ecoturismo
Darién Caribe colombiano	Ecoturismo
Golfo de Morrosquillo	Eco- etnoturismo
Gorgona – Guapi	Ecoturismo
Guajira	Eco – etnoturismo
Huila	Ecoturismo Cultural

Melgar-Girardot- Carmen de Apicalá	Recreativo
Meta	Agroturismo, ecoturismo , eventos
Mompox	Histórico cultural
Nariño	Eco-etnoturismo
Norte de Santander	Histórico cultural , compras
Nuquí – Bahía Solano	Ecoturismo
Quindío	Agroturismo
Risaralda	Turismo rural
San Agustín	Histórico arqueológico, ecoturismo
San Andrés	Sol, Playa y Ecoturismo
Santa Marta	Ecoturismo
Santander	Aventura, congresos y convenciones
Tierradentro	Histórico arqueológico, étnico
Tolima	Etno- cultural
Tumaco	Recreativo, ecoturismo
Valle del Cauca <ul style="list-style-type: none"> • Zona sur • Zona centro • Zona norte • Cali 	Agroindustrial y recreativo Histórico cultural y ecoturismo Agroturismo y ecoturismo Congresos y convenciones
Vaupés	Eco – etnoturismo
Vichada	Eco - etnoturismo
Zipaquirá	Histórico Cultural

Al producto que más importancia se le ha dado en materia de turismo, es al Ecoturismo que cuenta con una participación del 36.12% en ciudades como Antioquia, Buenaventura, Caldas, Cundinamarca, Darién, Caribe Colombiano, Gorgona, Bahía Solano y Santa Marta, con sus municipios. Por otro lado, el turismo Cultural también cuenta con 12 clústeres entre estos está

Boyacá, Tolima y Valle del Cauca; el Agroturismo y Enoturismo con 10 clústeres respectivamente como el norte y sureste de Antioquia, Casanare, Sumapaz, Meta en Agroturismo y el Amazonas, Golfo de Morisquillo, Guajira, Nariño, Vaupés y Vichada con Enoturismo.

En el documento del MCIT, Política para el Desarrollo del Ecoturismo (2003), dice que la Organización Mundial del Turismo, establece que el Ecoturismo, el Turismo de Aventura, el Agroturismo y el Turismo Cultural, son los que marcan la pauta en los demandantes de este servicio. El Instituto de Recursos Mundiales encontró que el turismo global tiene un crecimiento anual del 4 %, mientras que el turismo de naturaleza crece anualmente entre el 10% y el 25%.

Mediante la Política Sectorial de Turismo de 2005, se reconoce como objetivo principal el fortalecimiento competitivo de los Productos Turísticos, para poder atraer la exigente y creciente demanda mundial y poder competir con los oferentes de turismo en el mundo.

Cada día se multiplican más los oferentes de turismo en el mundo, para lo cual se debe reaccionar a los cambios planteados por los mercados, que exigen innovación, creatividad, manejo oportuno de la información y del diseño de servicios de excelente calidad.

En materia de competitividad, es importante reconocer el papel ejercido por algunos países de América Latina, por ejemplo Costa Rica ha incursionado dinámicamente en el sector, al ofrecer diversos tipos de entretenimiento turístico, orientado principalmente a diferentes nichos de población. Un segmento que han sabido explotar muy bien como es el de la población de pensionados de Estados Unidos y Canadá, a quienes se ofrecen condominios y residencias, como segundo hogar, para generar renta o para vacacionar; por otro lado, se ha desarrollado una oferta para la población joven, en búsqueda de sensaciones fuertes, brindadas por el turismo extremo como; caminatas por bosques lluviosos, navegar por rápidos, lanzarse en bungee.

Por otro lado Colombia cuenta con una ventaja comparativa excelente, tiene diversos escenarios naturales y variados recursos culturales para el desarrollo del turismo, pero estas ventajas no son suficientes para competir exitosamente en el mercado mundial, ya que para esto se requiere complementar estas ventajas comparativas con la consolidación de ventajas competitivas que permitan aprovechar de mejor forma estos recursos, identificando

cuales son los obstáculos que se presentan y generando políticas interinstitucionales para desarrollar estrategias encaminadas en mejorar la competitividad del sector.

1.3. OBSTÁCULOS A LA OFERTA

El turismo Colombiano presenta algunos obstáculos que han generado relevantes problemas en cuanto a competitividad del sector se refiere, entre los cuales están:

- **Infraestructura**

En las matrices de los convenios de competitividad turística expuestas en el Plan Sectorial de Turismo 2003-2006 y resumido en el mismo Plan Sectorial del 2008-2010, por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MCIT, 2003), la infraestructura ocupa el 24.39% en el año 2002 y pasando a un tercer lugar con el 9.92% en el año 2005 de los problemas a tratar, entre los cuales se encuentran: servicios públicos, vías y accesos atractivos, señalización, servicios de transporte (fluvial, marítimo, terrestre, aeroportuario), tecnologías de apoyo y comunicaciones.

- **Capacitación**

Este ocupa el 17.18% en el 2002 y con un 17.36% en el 2005 aumentando su lugar en los problemas a tratar como, capacitación, sensibilización de las comunidades receptoras y la ausencia de una cultura turística.

- **Seguridad**

Orden público y seguridad, ocupando el 9.27% en el 2002, y disminuyendo a un 4.96% en el 2005 de los problemas de competitividad.

- **Debilidad Gremial**

Con el 9.27% en el 2002, también presenta una disminución y cambio de lugar en el 2005 con un 5.78%, teniendo una gran incidencia en las prestación de los servicios turísticos en los diferentes destinos.

- **Escasa Promoción y Mercadeo**
- **Escasa Diversificación y diseño del producto turístico**
- **Inexistencia o discontinuidad de planes turísticos**
- **Desconocimiento o no aplicación de las políticas de turismo**
- **Fallas en la gestión pública para el turismo**
- **Inexistencia de Estándares o programas de calidad y servicio deficiente**
- **Débiles programas de financiación**
- **Deficiente planta**
- **No protección de patrimonio**
- **Descoordinación de la Superestructura**
- **No existe investigación de mercados**
- **Oficinas de turismo e información turística**
- **Incentivos para los empresarios**
- **Ordenamiento urbano**
- **Baja productividad y competitividad**
- **Escasa transferencia de tecnología**

En el documento del Ministerio de Desarrollo: Compromiso Nacional “Política de Competitividad, Mercadeo y Promoción Turístico de Colombia” del 2002 dice que: “Las acciones de fomento materializan las políticas de mejoramiento del mercado, esto es, destinada a mejorar las condiciones estructurales de competitividad, al permitir que los mercados funcionen de manera eficiente y que corrijan sus imperfecciones sin distorsionar la competencia. Estas políticas incluyen medidas para estimular la investigación, el desarrollo y la capacitación, para superar las desventajas que enfrentan, y para asegurar el suministro eficiente (público y/o privado) de infraestructura. En este tipo de política es importante el fortalecimiento del potencial de crecimiento endógeno de las regiones, impulsando la dotación de infraestructura turística.”

En el Plan Sectorial de Turismo 2003-2006, “Turismo para un nuevo país”, se destinaron recursos para los procesos de acompañamiento orientados a mejorar la infraestructura física en la vivienda y las demás asesorías técnicas, propuestas y proyectos presentados por la Dirección Nacional de Turismo DITUR del MCIT, que incluyeron aspectos de infraestructura general, servicios públicos, vías y accesos atractivos, señalización, servicio de transporte (fluvial, marítimo, terrestre, aeroportuario), tecnologías de apoyo y comunicaciones.

1.3.1. Estrategias de Infraestructura

El Plan Sectorial de Turismo, “Turismo para un nuevo país”, ha señalado una serie de estrategias, en aras de lograr las metas propuestas para el año 2010, como lo son; mejorar la infraestructura en los destinos prioritarios a través de programas de fortalecimiento de la infraestructura turística y gestiones para mejorar las infraestructuras básicas.

1.3.2. Programas de fortalecimiento de Infraestructura

En cuanto a la infraestructura turística por medio de asistencia técnica en señalización turística y enlucimiento de fachadas, agilizando la concesión de espacio público y del aporte de recursos por parte de empresarios a través de publicidad y con el compromisos de las comunidades para dar valor al patrimonio histórico de manera responsable y armónica.

A la infraestructura básica, con énfasis en los servicios públicos, vialidad de carreteras, recuperación de corredores férreos, senderos y caminos, comunicaciones, medios de transporte, entre otros. Mediante la gestión con otras entidades del Estado, proponiendo alianzas estratégicas con la participación de entidades como el INVIAS, La Aeronáutica Civil, Ferrovías y el Ministerio de Comunicaciones junto con el Ministerio de Desarrollo Económico y La Dirección General de Turismo, han estado identificando y designando recursos para los proyectos que resulten fundamentales para el desarrollo turístico internacional.

En Conclusión mediante estrategias que contribuyan en el mejoramiento de la infraestructura nacional, se genera como visión para el 2010 que Colombia sea un destino turístico de clase mundial, dirigido a mejorar la posición de Colombia como país turístico a nivel de América Latina, e incrementar sustancialmente el número de turistas internacionales y así generar un impacto en la participación del sector turismo en el PIB.

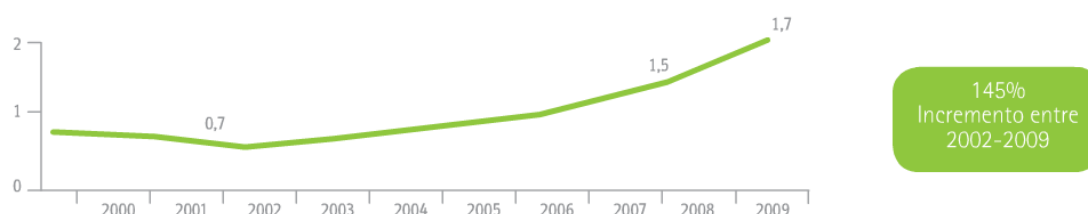
2. SECTOR TURISMO 2000-2009

El MCIT, tiene como fin mejorar la posición de Colombia como país turístico a nivel de América Latina, a través de estrategias interinstitucionales¹, consagradas en los Planes Sectoriales de Turismo, que mencionan entre otros, exenciones tributarias a países inversionistas y empresas nacionales, planes de seguridad, mercadeo y promoción y desarrollo regional, que contribuyan a incrementar sustancialmente el número de turistas internacionales, y el ingreso de divisas al país.

El turismo colombiano experimenta un proceso de crecimiento que no se había advertido en décadas anteriores. Entre 2001 y 2009 la llegada de turistas internacionales al país se incrementó en un 145%, mientras que la media internacional estaba en el 4.5%, como se evidencia en el cuadro siguiente. (PROEXPORT, Cartilla de Inversión Marzo 2010).

Grafico No. 1. Turismo (Millones), 2000-2009

Turismo (Millones), 2000-2009



Fuente: Banco Central (Banco de la República, Balanza de Pagos), Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, Cuentas Nacionales).
 *Proyección: Economist Intelligence Unit (EIU)

¹ Instituciones como, la Vicepresidencia de la República, Mincomercio, Fondo de Promoción Turística, PROEXPORT, Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial, Agricultura y Desarrollo Rural, Educación, Cultura, Telecomunicaciones, Transporte, Defensa, Sena y Aeronáutica Civil

Este crecimiento se debe a un mejor impulso en la variedad de recursos naturales, recursos humanos y precios competitivos, sin dejar pasar por alto que se deben mejorar aspectos como la infraestructura de telecomunicaciones y transporte terrestre.

Sin embargo el impulso de los últimos años fue insuficiente para lograr convertir a Colombia en el quinto país más turístico en América Latina, entre los aspectos a mejorar está, la Infraestructura vial, terrestre y aeroportuaria, la infraestructura de telecomunicaciones, los recursos naturales para ampliar en número de ferias, eventos internacionales y escenarios deportivos, para esto el Gobierno Nacional tiene un gran interés en contribuir con el desarrollo turístico del país, para tal fin en la ley 1101 de 2006 que adiciona y modifica la ley 300 de 1996, se efectúa un ajuste interinstitucional y el incremento gradual de los recursos, con el objetivo de dar soporte para la prestación de buenos servicios turísticos, para la promoción nacional e internacional del turismo y para mejorar su competitividad.

La estrategia es convertir al turismo en una fuente importante de generación de empleo, además de ser fuente de divisas. Por ejemplo, en el 2003, en República Dominicana como país latinoamericano, el turismo representaba el 18.8% del PIB y el 36.2% de las exportaciones, mientras que en Colombia éste representaba el 1.4% del PIB y generaba apenas el 6.6% de las exportaciones. En cuanto a la generación de empleo, en el 2005, República Dominicana se destacó con una participación del 19.8% mientras que en Colombia la proporción fue del 5.9%, siendo República Dominicana un país sin tanta diversidad climática, teniendo una menor extensión y demografía, entre otros, tiene una mejor posición turística en el mundo.

En esta última década el turismo Colombiano ha presentado un aumento, reflejado en un alto ingreso de turistas extranjeros, que para 2002 fueron de 1.117.000 turistas y al 2009 el número de visitantes ascendió a 2.494.000 turistas, los cuales representaron una entrada de divisas al país superior a los US\$2.000 millones para el período analizado (US\$ 2.263 millones en el 2009²); aun es notoria la falta de infraestructura y competitividad, que le den

2 La balanza servicios de Colombia pasó de -824 millones de dólares en 2007 a 1.726 millones de dólares en 2009. Así mismo, la entrada de divisas al país por turismo aumentó 10,4 por ciento entre 2007 y 2008 y la llegada de turistas internacionales creció cerca de 25 por ciento en los últimos tres años la media internacional está en el 4.5%. Para este periodo en el año 2006 el turismo receptor fue de 1.053 en miles de turistas, 2007 fue de 1.195 y en el 2008 de 1.222, cifras generadas durante la administración María Claudia Lacouture Gerente de Colombia es Pasión”, (LA REPUBLICA.COM, 01.03.2010)

una mayor eficiencia al sector. En cuanto al *Índice de competitividad de viajes y turismo* del Foro Económico Mundial (2009), Colombia se encuentra en la posición 72 de 133 países a nivel Internacional, y en la posición 15 de 26 países americanos, mientras que Costa Rica y Brasil dos Estados con similitud de ventajas en oferta turística se ubican en el ranking 4 y 5 respectivamente. (ANIF-*Comentario Económico del Día*, 31-05-2010).

Grafico No. 2. Índice de competitividad de viajes y turismo (Situación 2009)

Índice de competitividad de viajes y turismo (Situación 2009; calificación máxima: 7)						
País	Ranking regional	Ranking mundial	Puntaje total	Regulación	Infraestructura y ambiente para los negocios	Capital humano y recursos naturales
Canadá	1	5	5.3	5.4	5.4	5.2
Estados Unidos	2	8	5.3	4.7	5.5	5.7
Barbados	3	30	4.8	5.5	4.6	4.2
Costa Rica	4	42	4.4	4.9	3.8	4.5
Brasil	5	45	4.4	4.1	3.5	5.4
Colombia	15	72	3.9	4.2	3.1	4.4
Paraguay	26	122	3.2	3.7	3.7	3.3

Fuente: Foro Económico Mundial.

Igualmente, según la medición del Foro Económico Mundial llamada “The Travel & Tourism Competitiveness Report”, en 2007 Colombia fue más competitiva que el 42% de los países incluidos en el estudio, y para 2009 fue mejor que el 46% de los países, ubicándose en el puesto 76 entre 133. En América Latina, Colombia ocupa el puesto número 10, por debajo de países como Costa Rica, Brasil, México, Panamá, Chile y Argentina, entre otros.

Por otro lado, la ocupación hotelera en el 2000 fue de 41.76%, en el 2001 de 43%, y en el 2002 alcanzó un 45%, de acuerdo con MCIT en el documento, “Turismo en Colombia: Un sector de oportunidades”, (Anexo 3- pag.9/29). El MCIT enmarca estas cifras en el documento llamado Sistema de Indicadores de Competitividad para el turismo Colombiano del 2008 dice: La ocupación hotelera promedio nacional se ha incrementado en alrededor de diez puntos en los últimos años, pasó de 43% en el 2001 al 53% en el 2004.

En el periodo de 2005 al 2009, la ocupación hotelera creció de 2005-2006 en un 54% al 2009 descendió a un 49.7% y de enero a septiembre de 2010 creció nuevamente a un 52%, generando un crecimiento de divisas por turismo en el año 2000 de US\$1.313 millones, y

duplicándose al 2009 en US\$ 2.663 millones, sin mayores fluctuaciones durante el periodo comprendido del 2000 al 2005, y empezando a aumentar a partir del año 2006 en US\$ 2.009 con un crecimiento constante al 2009. (PROEXPORT, Diciembre 2010).

2.1. Regiones de potencialidad turística

El MCIT en su Política de Turismo Cultural del 2008, identificó las regiones con mayor potencialidad para el turismo cultural en 13 regiones de las 35 más turísticas; Barranquilla, Boyacá, Cartagena, Mompox, Bolívar, Popayán, Tierradentro, Cauca, Cesar, Cundinamarca en las zonas de la sabana, centro, oriente, occidente y Tequendama, Guajira, Nariño, Norte de Santander, San Agustín – Huila, Tolima, Santander, provincia comunera, y Valle del Cauca, zona Centro.

2.2. Campañas de Promoción Turística

Las campañas “Colombia es Pasión” y “Colombia, el riesgo es que te quieras quedar”, están posicionando nuevamente al país como un destino seguro, permitiéndole figurar en los mapas de turismo mundial, según lo ha expresado la OMT, Organización Mundial del Turismo.

“Vive Colombia, viaja por ella”, impulsa los productos de historia y cultura, ferias y fiestas, la estrategia de Seguridad Democrática vincula al turismo a través de las caravanas y rutas “Vive Colombia” generando confianza en los turistas y fomentando el reconocimiento del patrimonio histórico de las regiones, y de importante tradición para el país como la Feria de Cali, Feria de Manizales, Carnaval de Negros y Blancos, Carnaval de Barranquilla, Semana Santa y Festival de Música Religiosa, Festival de Mono Núñez, Festival folclórico nacional, Festival Internacional de Joropo, Festival Nacional Reinado del bambuco, Festival Nacional de Café, Reinado nacional de la Ganadería, Independencia de Mompox, Fiestas del Mar, Feria de las Flores, Feria de la Cosecha, Independencia de Cartagena, entre otros. (MCIT, Política de Turismo Cultural 2008).

La Política de Competitividad, Mercadeo y Promoción Turística de Colombia en conformidad con el Plan Sectorial de Turismo, define las orientaciones para la asignación de recursos, según lo dispuesto por la Ley 300 de 1996 y la Ley 1101 de 2006, de tipo fiscal y parafiscal que conforman el Fondo de Promoción Turística, con programas para el mejoramiento de los atractivos culturales y su promoción. (MCIT, Política de Turismo Cultural 2008).

En Conclusión todos los programas de turismo y estrategias implementadas por los entes reguladores y con el apoyo de empresarios, están logrando importantes cambios en cuanto a sostenibilidad y seguridad en Colombia, generando en la comunidad de las diferentes regiones del país, una mayor confianza, un mayor compromiso con el medio ambiente, con el servicio al turismo, y con un apropiado mantenimiento del turismo.

3. POLITICA COMERCIAL DEL SECTOR TURISMO COMO SECTOR DE CLASE MUNDIAL

Colombia ha implementado una serie de estrategias para poder ingresar al mercado global, como lo son dar un trato preferencial a largo plazo a los mercados mundiales; atraer más inversión; aprovechar los factores productivos e incorporar nuevas tecnologías.

La Política Comercial de Turismo, busca afianzar y profundizar el proceso de internacionalización en conjunto con todas las entidades involucradas.

Los fundamentos de la Política Comercial son; maximizar los beneficios de un acceso preferencial estable a los diferentes mercados mundiales; atraer más inversión; diversificar la composición de nuestro comercio; lograr un correcto aprovechamiento de los factores productivos e incorporar nuevas tecnologías. (MICT, Política comercial e inserción competitiva de la economía Colombiana, 02-03-10).

3.1. Turismo de Clase Mundial

Por lo anterior, y dado que el turismo es un importante generador de divisas para el país, en el año 2009 este sector representó US\$ 2.263 millones. Como se mencionó en el primer capítulo, Colombia tiene una ventaja comparativa en el sector, la cual ha considerado el Gobierno se convierta en un sector de clase mundial.

El Plan Sectorial de Turismo de 2007-2010 (Anexo 2 - pág.4/57) Busca la recuperación de la confianza, el crecimiento económico, una imagen más positiva del país en el exterior e incentivos tributarios. El objetivo general es consolidar los procesos regionales de turismo de tal manera que se disponga de una oferta de productos y destinos altamente competitivos de clase mundial para los mercados nacionales e internacionales.

Como estrategias centrales están el mejoramiento y consolidación de la competitividad, incluyendo, calidad de los prestadores, de los destinos y los productos turísticos; mejoramiento de la infraestructura turística, incluyendo una mayor y mejor conexión de los destinos turísticos; fortalecimiento del mercadeo, la promoción y la comercialización; creación de un sistema de información turística; Implementación de estímulos a la demanda y la oferta; aprobación de recursos para apoyar las iniciativas productivas turísticas de las comunidades y educación para cimentar una cultura turística.

El desarrollo del turismo colombiano ha tenido un crecimiento sostenido, en el año 2004 el ingreso de viajeros internacionales fue de 790.940, para el año siguiente aumento en un 18% llegando a 933.244, y paulatinamente creció hasta el año 2009 a 1.353.760 viajeros internacionales, ver Grafico No. 3. (MCIT - PROEXPORT, Julio 2010)

Las políticas turísticas del Gobierno han permitido, mejorar la competitividad; variables como la inseguridad, imagen negativa del país, mejorando primero el turismo interno y luego el turismo receptivo con programas de confianza, diversificación y estrategias de desarrollo regional, las estrategias de competitividad va en aras de mejorar la oferta de calidad en los productos y destinos turísticos.

Grafico No. 3. Llegadas de viajeros internacionales, sin incluir puntos transfronterizos 2004-2009 y enero – julio 2009 – 2010



En materia de competitividad turística, según el World Economic Forum de 2007, Costa Rica se posicionó en el puesto 41, Chile en el 46; México en el 49; Panamá en el 55; Uruguay en el 56; Brasil en el 59; Argentina en el 64; Guatemala en el 69 y Colombia en el 72, posición que muestra un bajo nivel de capacidad para el caso colombiano con respecto a Latinoamérica. El mismo foro explica los factores que llevaron a Costa Rica a ocupar el primer puesto en Latinoamérica así:

“Costa Rica, ranked 41st, is first in the LAC region. The country’s strengths are in the area of natural resources, ranked 12th on the percentage of nationally protected land areas. Its policy environment is very conducive to the development of the sector (ranked 17th), with open bilateral Air Service Agreements, low visa requirements and an environment that welcomes foreign investment. However, safety and security remains a concern (67th). And while tourism infrastructure is quite well developed (36), ground transport infrastructure remains highly underdeveloped (93rd), particularly roads and ports, making travel in the country somewhat difficult.” (Weforum, 2007)

Se deduce de lo anterior que Colombia debe aumentar aún más sus acuerdos bilaterales con otros países; negociaciones que permitan mayor ingreso de turistas extranjeros, como mejoras tributarias, tarifas aeroportuarias, su infraestructura vial, marítima y aérea; generar mejores políticas comerciales y de inversión extranjera; y aumentar la seguridad nacional, con el fin de mejorar en los puntos en que tenemos desventajas frente a otros países de América Latina.

Este mismo artículo muestra la gran diferencia que existe desde el año 2005 en los márgenes de ingresos de turistas y divisas en los dos países. En Colombia la llegada de turistas fue de 933 mil con una recepción en divisas de US\$ 1.218 millones, con respecto a Costa Rica que tuvo un ingreso de turistas de 1.679 mil y en divisas de US\$ 1.570 millones; en el año 2008, la muestra se tomó entre 131 países ocupando Colombia el puesto número 71, en Latinoamérica el puesto 10, superado de nuevo por Costa Rica, Chile, México, República Dominicana, Panamá, Uruguay, Brasil, Argentina, y Guatemala.

3.2 Política Económica de Turismo

- Ley 300 de 1996, Ley General Turismo. Por la cual se expide la ley general de turismo por el Congreso de la República que decreta la importancia de la industria del turismo, como punto esencial para el desarrollo del país, y de las diferentes entidades territoriales, regionales y provincias que cumplen con una función social, y de los principios generales como son la concertación, coordinación, descentralización, planeación, protección del medio ambiente, desarrollo social, libertad de empresa, protección al consumidor y fomento de la industria turística. (LEY 300 DE 1996, 26 de julio de 1996)
- 2000 Formulación de convenios regionales de competitividad turística, herramienta de coordinación de acciones entre la nación y las diferentes entidades territoriales para superar obstáculos a la competitividad turística. (Estudio y perspectiva del turismo colombiano, 2009).
- 2000 Creación Programa Caravanas Turísticas, programa de promoción turística interno, organización por la DITUR, en el que se invita a los colombianos a viajar

masivamente por las carreteras del país; lo anterior como parte del programa de Seguridad Democrática del Gobierno Nacional. (Estudio y perspectiva del turismo colombiano, 2009).

- 2006 Creación del Viceministerio de Turismo (adscrito al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo), dándole al sector mayor participación en las decisiones que lo afectan directamente. (Estudio y perspectiva del turismo colombiano, 2009).
- 2006 Ley 1101 Reforma a la Ley 300 de turismo, destinando mayores recursos para el sector, modifica el inciso 1º del artículo 39 y los art. 40,41,43,45,46,61 y 62. (MCIT, 15 de Octubre de 2008).
- Incentivos a la inversión extranjera: otorgando importantes beneficios fiscales, en las zonas francas rebajas en el impuesto de renta, exención del pago de arancel e IVA, acuerdos comerciales y trámites aduaneros más ágiles, con los contratos de estabilidad jurídica para inversionistas nacionales y extranjeros con el fin de consolidar inversiones seguras y estables, cuentan con la eliminación de la retención sobre dividendos pagados a los inversores, supresión del impuesto de remesas y deducción por inversión en activos fijos, los beneficios sectoriales cuentan con determinadas exenciones al impuesto sobre las ventas y a la renta en servicios hoteleros, ecoturismo, cultivos de tardío crecimiento, medicamentos, software, energía eléctrica de biomasa, eólica y residuos agrícolas, transporte fluvial y edición de libros científicos o culturales, y con el Plan Vallejo que es un instrumento de comercio exterior para reactivar las exportaciones de Colombia, tienen suspensión del pago de aranceles, pago IVA diferido y eficiencia en los trámites aduaneros. (Invierta en Colombia, 29 de Agosto de 2010).
- Expedición de normas técnicas sectoriales que buscan establecer estándares de calidad en hoteles, agencias de viajes, guías, restaurantes, actividades de ecoturismo. (Estudio y perspectiva del turismo colombiano, 2009)

3.2. Política de Conectividad, Mercadeo y Promoción

Con el fin de mejorar la competitividad del producto turístico Colombiano, la Corporación Nacional de Turismo, expidió un nuevo marco regulatorio que brindó mayor libertad y participación al sector privado, de este modo se creó una contribución parafiscal a cargo de hoteleros, agentes de viajes y restaurantes con destino al Fondo de Promoción Turística, que se creó con la finalidad de ejecutar los planes de promoción y mercadeo turístico y de fortalecer y mejorar la competitividad, con el propósito de fortalecer el turismo doméstico y receptivo. (MINDESARROLLO, 2000).

En conclusión, desarrollo de políticas para la competitividad requiere de efectivos mecanismos de coordinación interinstitucional y alianzas públicas y privadas, ya que existen algunas variables importantes a tratar como lo son, el pago de impuesto y la eficiencia judicial (cumplimiento de contratos), se presentan retrasos importantes en educación superior y formación, preparación tecnológica, instituciones, innovación e infraestructura.

3.4. Políticas especializadas

Con el fin de manejar más detalladamente algunos productos o temas que necesiten una orientación específica.

Política para el desarrollo del ecoturismo: El 36.12% de los clústeres que iniciaron los convenios de competitividad identificaron al ecoturismo como un producto bandera.

Política de calidad Turística: Con el fin de mejorar la prestación de los servicios turísticos ofrecidos, generando una cultura de excelencia.

Plan Indicativo para la Educación del sector Turismo en Colombia: se estableció en el año 2005, para fortalecer el capital humano mediante una adecuada formación para las necesidades empresariales.

Las políticas de turismo han sido de gran ayuda para la sostenibilidad y competitividad del turismo colombiano, ya que cada una de ellas está enfocada en dar solución a un tema específico, como lo es la Política Económica de Turismo, que está enmarcada en mejorar la competitividad del sector por medio de una mejor distribución de los recursos, incentivos empresariales y a la inversión extranjera y otorgando beneficios fiscales; La Política de Competitividad, Mercadeo y Promoción, para mejorar la competitividad por medio de estudios de mercado, capacitación, y promoción empresarial; las políticas especializadas para el desarrollo del ecoturismo como producto bandera, la calidad en los productos, generando una cultura de excelencia y el fortalecimiento del capital humano por medio de capacitación, para lograr mano de obra calificada y emprendedora dentro del sector.

Dinero en su documento online “Colombia es destacada como un ejemplo turístico” (28 de enero de 2009) dice que: Los avances que ha tenido el país en materia turística en los últimos seis años (2002-2009), le han permitido volver a figurar en el mapa del turismo mundial, según la OMT, se destaca la campaña “Colombia es Pasión” y “Colombia el riesgo es que te quieras quedar”.

Estas campañas fueron insignia dentro de la Política Comercial de Turismo, y en la Política de Seguridad Democrática, mediante la recuperación de la confianza de los ciudadanos creó la campaña “Vive Colombia – Viaja por ella”, esta política plantea la necesidad de fortalecer las actividades y la presencia de los órganos de seguridad en el territorio nacional, mediante la creación de redes cooperantes, recompensas a informantes, estimulación de la deserción de los grupos armados, soldados campesinos y aumento del presupuesto para la defensa nacional.

Dentro del mismo artículo se destaca la Política de cielos abiertos, con la mejora de infraestructura de los aeropuertos internacionales en; Cartagena, Santa Marta, Barranquilla, San Andrés y Armenia, se destaca la creación de centros de convenciones para la realización de congresos comerciales en; Medellín, Cali, Armenia, Barranquilla y Popayán; la creación de 510 posadas turísticas, 21 PIT (Puntos de información turística).

Todo lo anterior mostrando resultados visibles en la ocupación hotelera al pasar en el 2003 de 1.053.000 visitantes al 2008 en 2.600.000.

4. CONCLUSIONES

El gobierno y los entes que participan en las decisiones del turismo Colombiano, tienen claros sus objetivos de competitividad y promoción del sector, para lograr posicionarlo como sector de clase mundial, que participe activamente dentro de los mercados del mundo, obstáculos como se presentan en todos los sectores los hay en este, donde por problemas de seguridad, política y demás, la fluctuación de demanda de los productos turísticos se ve reflejada en la economía.

Por medio de los clúster de competitividad se lograr enfocar en mejor forma la oferta turística de cada región, implementando con mayor organización los productos turísticos, como ecoturismo, agroturismo, etnoturismo, turismo cultural entre otros, esto mejora la organización y el compromiso de las comunidades en cuanto a más y mejores servicios de calidad y de información.

Los obstáculos a la oferta turística, se están detectando las fallas en infraestructura, calidad, capacitación, seguridad entre otros, con el fin de llegar a la meta propuesta por el MCIT para el 2010.

Las políticas y estrategias que se están incentivando dentro del sector, ya que están centrándose en cada una de las problemáticas del país, no menos importante invirtiendo en capacitación y formación especializada, fomentando el emprendimiento nacional, integrando las comunidades indígenas, y demás etnias dentro del proceso, en las escuelas, centro de estudio y universidades.

5. BIBLIOGRAFIA

Cuevas, Homero (1986), *“Introducción a la Economía”*, Universidad Externado de Colombia.

Andersen, Arthur (1999). *“Diccionario de Economía y Negocios”*, Editorial ESPASA

Porter, Michael (2001). *“Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la Competencia”*. Compañía Editorial Continental S.A. México D.F.

MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO, (2003), *Turismo en Colombia un Sector de Oportunidades, Fortalezas, incentivos y herramientas institucionales* Consultado el 08 de septiembre de 2010 en:

http://www.mincomercio.gov.co/econtent/documentos/turismo/2003/inversion/oportunidades_2003.pdf

MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO, (2003-2006) “Turismo para un nuevo país” Plan sectorial de turismo. Consultado el 13 de noviembre de 2010 en: <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/newsdetail.asp?id=1118&idcompany=1>

Plan Sectorial de Turismo 2008-2010, (25 de Agosto de 2010), *Colombia destino Turístico de Clase Mundial*, consultado el 06 de agosto de 2010, <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/newsdetail.asp?id=6916&IdCompany=14>

PROEXPORT, Plan Sectorial de Gobierno 2007-2010, (Marzo de 2010), *Invierta en Colombia, Trabajo Compromiso e Ingenio-Cartilla de Inversión*, consultado el 23 de Agosto de 2010 en, <http://www.slideshare.net/inviertaencolombia/cartilla-inversin-19-marzo-2009>

LA REPUBLICA.COM, (24 de agosto de 2010), *Relevo Directivo en Proexport y Colombia es Pasión*, consultado el 24 de agosto de 2010 en: http://rse.larepublica.com.co/archivos/EMPRESAS/2010-03-01/relevo-directivo-en-proexport-y-colombia-es-pasion_94420.php

ASOCIACION NACIONAL DE INSTITUCIONES FINANCIERAS ANIF, (Mayo 31 de 2010), *Comentario Económico del Día*, consultado el 31 de agosto de 2010 en: <http://www.anif.org/contenido/resultados.asp?query=turismo&chapter=1>

PROEXPORT, (Diciembre 2010), *Informe mensual Turismo Internacional en Colombia*, www.proexport.org.

Colombia es Pasión, consultada el 04 de septiembre de 2010 en: www.colombiaespasion.com

PROEXPORT, Febrero de 2010, *Sector Turismo, una oportunidad de Inversión Hotelera*, Vol1 No. 2, consultado el 25 de julio de 2010 en: http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/086_Sector%20Turismo%202010-06-17.pdf

LEY 300 DE 1996 “Por la cual se expide la ley general de turismo y se expiden otras disposiciones” tomado de www.col.ops-oms.org/juventudes/.../PL30096.htm

MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO, Corte Constitucional Sala Plena, Comunicado de prensa del (15 de octubre de 2008), “*Por la cual se modifica la ley 300 de 1996 y se dictan otras disposiciones*”, tomado de www.mincomercio.gov.co/econtent/.../ComunicadoPrensaOctubre-2008.pdf

INVIERTA EN COLOMBIA, PORTAL DE INVERSION, (19 de agosto de 2010), “*Zonas Francas y otros incentivos*”, tomado de: <http://www.inviertaencolombia.com.co/zonas-francas-y-otros-incentivos.html>

MINISTERIO DE DESARROLLO ECONOMICO, (2000), *Turismo y Desarrollo, Compromiso Social*. Tomado de: www.mindesarrollo.gov.co

SISTEMA NACIONAL DE COMPETITIVIDAD, CONPES (Consejo Nacional de Política Económica y Social de la República de Colombia), Ley 1253 de 2008, (28 de Junio de 2010), *"Informe de seguimiento a la política nacional de competitividad y productividad"*
Tomado de: <http://www.snc.gov.co>

PROEXPORT, *Informe Consolidado de Exportaciones, Turismo e Inversión Extranjera – Turismo Internacional, Diapositiva No. 29. Ingreso de Divisas al País por turismo 2008-2009 en millones de US\$, n.d.* Tomado de:

<http://www.proexport.com.co/vbecontent/NewsDetail.asp?ID=9971&IDCompany=1>

MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO, (28 de Julio de 2010), *Colombia, Destino de Clase Mundial*, consultado el 25 de julio de 2010 de: <http://www.mincomercio.gov.co/econtent/documentos/Eventos2010/Inversion/PoliticaColombiana.pdf>.<http://www.mincomercio.gov.co/eContent/newsdetail.asp?id=6916&IdCompany=14>.

Estudio y perspectiva del turismo colombiano. (Volumen 18 / 2009), pág. 24-25, tomado de www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v18n1/v18n1a02.pdf.

DINERO 2009, (28 de enero de 2009), *Colombia es destacada como un ejemplo turístico*, consultado el 28 de julio 2010 en: http://www.dinero.com/negocios-online/turismo/Noticias_81.aspx

EL FRENTE.TU, (08 de Junio de 2010), *Turismo, la tercera fuente de ingresos*, consultado el 28 de julio 2010 en:

http://www.elfrente.com.co/index.php?option=com_content&view=article&id=290:turismo-la-tercera-fuente-de-ingresos&catid=1002:empresarial&Itemid=76

DANE (2010), tomado el 23 de Junio de 2010, de: http://www.dane.gov.co/files/comunicados/cp_pib_ivtrim08.pdf/.

PROEXPORT, *Llegada de viajeros Internacionales a países competencia de Colombia en la región*. Consultado el 16 de septiembre de 2010 en:

<http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo10137DocumentNo7981.pdf>

MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO, (17 de julio de 2009), *El martes, lanzamiento de los planes de negocio de 8 sectores de clase mundial*, comunicado de prensa 2009, consultado el 20 de septiembre de 2010 en:
<http://www.mincomercio.gov.co/eContent/NewsDetail.asp?ID=7510&IDCompany=1>

6. ANEXO 1 – PLAN SECTORIAL DE TURISMO 2003 (TURISMO)-2006

7. ANEXO 2 – PLAN SECTORIAL DE TURISMO 2007-2010

8. ANEXO 3 – UN SECTOR DE OPORTUNIDADES 2003 MCIT